

Relasi Antara Agama dan Media Baru

M. Haqqi AnnaZilli*

ABSTRACT

Media is not something foreign in this era, but media is still a central part of communication, new media is still new or more widely used by individuals who always communicate, the more sophisticated media that is used will make everyone more eager to communicate in verbal or non verbal forms. Such as the new media that developed in this century is the internet which, according to some people, is something miraculous, but what exactly is it looking for from the new media? Until when can this media survive and be used properly? With the advancement of information and communication technology in this era, news from abroad is so quickly conveyed, long-distance communication can be done face to face. It is undeniable that modern life has been felt by various layers of society. New media is a term to describe the emergence of a new era in communication or interaction, computers, information networks and communication. If traced further the media turns out to bring a new theology (new theology) in religion. Almost all of the people are looking for sources of religious law or theological basis of new media (theology on new media). These conditions are increasingly apparent with the advent of the internet or what is called new media. New media or the internet bring new values in religion for some people. So that with the presence of these new media, some people tend to take religious values through the media.

Keywords : Relation, Religion, New Media, Online Media, Dakwah

Pendahuluan

Media bukanlah sesuatu yang asing lagi di era ini, namun media juga masih tetap menjadi bagian sentral dalam suatu perkomunikasian, new media adalah media yang masih baru atau lagi marak-maraknya di gunakan oleh tiap individu yang selalu melakukan perkomunikasian, semakin canggih media yang di gunakan akan semakin membuat setiap orang lebih bersemangat dalam berkomunikasi dalam bentuk verbal atau non verbal. Semisal new media yang berkembang pada abad ini adalah internet yang menurut beberapa orang adalah sesuatu yang ajaib, namun apa sebetulnya yang di cari dari media baru tersebut? Sampai kapan media ini dapat

bertahan dan di gunakan dengan semestinya?

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di zaman ini berita dari luarnegeri begitu cepat tersampaikan, komunikasi jarak jauh dengan tatap muka pun bisa dilakukan. Tak dapat dipungkiri bahwa kehidupan zaman modern telah dirasakan berbagai lapisan masyarakat. Sebagai contoh hadirnya new media, new media merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan kemunculan era baru dalam berkomunikasi atau berinteraksi, computer, jaringan informasi dan komunikasi. Media konvensional yang dulu setiap hari menjadi sumber informasi utama semakin tersingkirkan dengan adanya new media.

*Penulis adalah Dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu

Media konvensional yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti televisi, koran, radio semakin hari semakin tidak menjadi pilihan utama dalam mencari informasi. New media yang menawarkan kepraktisan serta berbagai kemudahan semakin diminati berbagai kalangan.

Namun istilah media baru sendiri sebenarnya merupakan istilah yang membingungkan dan kerap mengundang perdebatan. Karena semua media, pada zaman awal kemunculannya, adalah media baru. Begitu juga dengan radio, pada awal kelahirannya adalah media baru. Pada saat ini, media baru merupakan istilah yang dipergunakan untuk semua bentuk media komunikasi massa mutakhir yang berbasiskan teknologi komunikasi dan informasi. Ini biasanya digunakan untuk media komunikasi elektronik/digital, khususnya internet dan *World Wide Web* (WWW)¹.

Banyak penyebutan yang bisa disematkan untuk media baru, misalnya media online, digital media, media virtual, *e-media*, *network media*, media web, dan lain sebagainya. Penyebutan ini merujuk pada karakteristik maupun hal teknis seperti teknologi itu sendiri. Namun, pada intinya beragam penyebutan media baik itu

perangkat keras (hardware), maupun perangkat lunak (software).²

Kehadiran media baru itu memang mengubah dunia komunikasi manusia. Wajah komunikasi Indonesia juga sedikit banyak mengalami perubahan akibat penerapan teknologi komunikasi dan informasi khususnya untuk distribusi hiburan dan informasi sehingga mengubah banyak hal dalam dunia komunikasi kita. Siaran radio swasta di Indonesia pada dasarnya bersifat lokal, namun dengan adanya siaran radio satelit dan online di internet maka secara teknis batasan lokal itu menjadi kabur. Kita masih bisa mendengarkan misalnya siaran stasiun radio Jakarta di Denpasar. Kemudian, media cetak yang peredarannya sering bergantung sarana transportasi, kini secara teknis bisa dibeli di mana saja.

Itu hanya sekedar contoh bagaimana kita yang hidup maju teknologi komunikasi dan informasinya. Kita sudah masuk ke dalam apa yang disebut sebagai hiperkomunikasi (*hypercommunications*), yang medianya memungkinkan terjadinya komunikasi bukan antara segelintir orang dengan massa seperti yang terjadi pada radio. Koran dan televisi saat ini, melainkan juga antara satu orang komunikator dengan satu orang komunikan serta komunikator massa dengan

komunikasikan massa. Tentu saja perkembangan seperti ini tidak bisa diabaikan dampaknya terhadap praktik komunikasi.³

Pendahuluan Media dalam perkembangannya tidak hanya menjadi entitas yang menghasilkan produk budaya, ekonomi dan politik.⁴ Namun, media saat ini menjadi sebuah entitas yang membawa berbagai ideologi bahkan agama. Media baru yang dihasilkan dari teknologi baru saat ini membawa nilai-nilai agama baru. Jika ditelusuri lebih jauh media ternyata membawa teologi baru (new teologi) dalam beragama. Hampir secara keseluruhan masyarakat mencari sumber hukum agama atau dasar teologi dari media baru (teologi on new media). Kondisi tersebut semakin nampak nyata dengan munculnya internet atau yang disebut dengan media baru (new media).

Teknologi senantiasa bersifat dialektik atau dalam istilah populernya adalah pisau bermata dua. Di satu sisi teknologi menawarkan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen namun di sisi lain sering pula menyulitkan. Fasilitas komputer dan internet banyak memberikan kemudahan, membuat proses belajar jauh lebih cepat mengingat sumber pengetahuan semakin mudah diakses. Di sisi lain banyak orang-tua yang begitu khawatir dengan

terlalu dininya anak-anak mengakses sumber-sumber yang belum layak digapainya.⁵

Kemajuan teknologi itu bagaikan gesitnya kijang melompat dan berlari sedangkan penetapan kisi dan penyusunan hukum pidana atau perdata bergerak dengan super lambat bak lenggak-lenggok siput yang merayap di permukaan aspal panas. Ketersediaan teknologi mesti dimanfaatkan penuh agar memberi manfaat maksimal. Tentu jangan lupa untuk berupaya menekan sisi buruknya (*mudharat*).

Media baru atau internet membawa nilai baru dalam beragama bagi sebagian masyarakat. Sehingga dengan kehadiran media baru tersebut sebagian orang cenderung mengambil nilai agama melalui media. Sebagai contoh adalah dengan berkembangnya media online yang menggunakan pendekatan Islam. Media ini menggunakan konten yang menggunakan ajaran Islam. Bahkan seseorang yang ingin mencari referensi Al-Qur'an dan Al-Hadits hanya perlu mengklik sebuah situs online, maka referensi yang dicari akan muncul. Media baru (internet) juga berfungsi sebagai entitas untuk menyebarkan ajaran agama. Jika dahulu seseorang yang ingin menyebarkan agama harus menempuh

dengan jalan kaki, maka sangat berbeda dengan saat ini.

Media baru (internet) sudah menyediakan ruang bagi orang/kelompok/lembaga yang akan menyebarkan agama. Dengan menggunakan situs online maka seseorang dapat membuat program penyebaran konten keagamaan. Konten yang dibuat tersebut menembus batas ruang, waktu dan bahkan sekat-sekat negara.

Sebagai contoh adalah penggunaan media online atau youtube untuk menyebarkan berbagai video dakwah Islam. Jika dahulu, ceramah atau dakwah dilakukan dengan ceramah di mimbar, maka sekarang cara tersebut sudah tidak efektif dilakukan. Dakwah atau penyebaran agama Islam akan lebih efektif dengan memanfaatkan media baru atau internet. Selain itu, hasilnya akan dilihat oleh orang lain dalam jumlah yang tidak terbatas. Penyebaran dakwahnya pun melampaui batas negara dengan hitungan detik. Hal tersebut menunjukkan bahwa agama dan media memiliki relasi yang cukup signifikan.

Dari latar belakang tersebut dapat disimpulkan bahwa pada saat ini agama dan media memiliki relasi yang signifikan. Perkembangan media baru (internet) turut menambah keunikan relasi antar agama dan media. Pada tahap perkembangannya, justru

akan nampak bahwa media akan berubah menjadi agama bagi sebagian masyarakat. Media baru tidak hanya berfungsi sebagai entitas yang memproduksi budaya⁶ namun beralih fungsi menjadi agama/teologi baru bagi sebagian masyarakat. Agama dan media merupakan diskursus yang sangat menarik untuk terus dilihat perkembangannya.

Definisi Relasi Mendefinisikan makna relasi dapat dilakukan melalui pendekatan sosial. Relasi dalam hal ini termasuk ruang lingkup komunikasi yang dilakukan dalam ranah sosial. “Relasi sosial merupakan hubungan antar manusia, dimana relasi tersebut menentukan struktur masyarakat. Relasi sosial ini didasarkan pada komunikasi antar individu dalam masyarakat. Oleh karena itu dapat disebutkan bahwa komunikasi merupakan dasar eksistensi suatu kelompok masyarakat. Relasi sosial atau hubungan dalam masyarakat ini, baik dalam bentuk individu atau perorangan maupun dengan kelompok-kelompok dan antar kelompok manusia itu sendiri mewujudkan segi dinamika perubahan dan perkembangan masyarakat.

Pembahasan

Pengertian dan Definisi Agama

Agama didefinisikan sebagai ajaran atau sebuah sistem yang mengatur tata keimanan

(kepercayaan) dan peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta manusia dengan lingkungannya.⁷ Sedangkan dalam Islam agama lebih dekat dengan sebutan *diin* (dienul Islam). Kalimat *diin* dalam Bahasa Arab mengandung tiga pengertian yaitu kekuasaan, tunduk (QS 9: 29), balasan (QS 1: 4), dan undang-undang/peraturan (QS 12: 76)⁸. Jadi, agama adalah sebuah tata aturan dan ajaran untuk menyembah Tuhan Yang Maha Esa.

Pada tataran diskursus akademik, makna *religion* (agama) di Barat memang memang problematik. Selama bertahun-tahun Barat mencoba membuat definisi religion namun masih gagal. Sehingga bagi para sosiolog dan antropolog, religion bukan seperangkat ide-ide tentang ketuhanan.⁹ Jadi, *religion* bagi mereka merupakan praktik sosial yang dihasilkan oleh budaya. Agama bukan merupakan hal yang harus dihubungkan dengan penyembahan pada Tuhan. Mereka mempercayai Tuhan, tetapi mereka tidak menganggap Tuhan berperan dalam kehidupan dunia.

Karen Armstrong menjelaskan bahwa agama atau kepercayaan manusia ada Tuhan Tertinggi sudah dimiliki oleh sepanjang sejarah manusia walaupun pada awalnya

masih dipahami secara primitif.¹⁰ Beberapa makna tersebut dapat disimpulkan bahwa agama merupakan sebuah sistem kepercayaan, ajaran dan penyembahan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Agama secara umum adalah ajaran yang mengakui bahwa manusia hidup di dunia karena kekuasaan Tuhan. Agama memiliki hubungan atau relasi yang empiris untuk mengenal alam sekitar.

Stewart M. Hoover¹¹ menjelaskan, perdebatan antara agama dan media pertama kali datang ke publik dan perhatian ilmiah di pertengahan abad kedua puluh. Pada waktu itu, yang menjadi masalah adalah munculnya siaran agama tidak disetujui oleh otoritas keagamaan yang sekuler. Kasus itu memuncak di saat ada fenomena baru tentang televangelism, dikenal oleh masyarakat. Di samping diskusi ini kegunaan agama media, perdebatan muncul tentang liputan media agama pada saat agama memainkan peran yang semakin penting di dalam negeri dan politik internasional.

Pengertian dan Definisi Media Baru

New Media terdiri dari 2 kata yaitu *New* dan *Media*. *New* yang berarti Barudan *Media* yang berarti Perantara. Jadi New Media merupakan media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer

dan internet. Seperti contoh, web, blog, online social network, koran digital, dan lain-lain. Istilah new media baru muncul pada akhir abad 20-an yang dipakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet. Dan tak dapat dipungkiri lagi bahwa new media membawa dampak bagi kehidupan sosial masyarakat, baik itu positif maupun dampak negatif.

Makna media sesungguhnya dapat dipahami dari berbagai sudut pandang baik sosial, politik, ekonomi dan ideologi. Makna media juga dapat dipahami dari sudut pandang perkembangan teknologi yang menyertainya. Sehingga, saat era internet belum muncul, media hanya dipahami sebagai entitas sederhana sebagai penyalur pesan. Media hanya dimaknai sebagai entitas untuk berkomunikasi dua arah antar orang, kelompok atau lembaga. Media belum mengalami perkembangan teknologi seperti yang terjadi pada saat ini yang cenderung sangat liberal.

Saat media baru (internet) berkembang, makna media menjadi sangat berbeda dengan media pendahulunya. Media yang dahulu berbentuk konvensional, saat ini telah berubah menjadi media yang sifatnya massa. Rully Nasrullah menyebutkan keterkaitan antara media dan komunikasi

massa, “Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebut media, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya.”¹²

Pembahasan mengenai media baru akan lebih relevan jika memulainya dengan pembahasan *computer-mediated communication*. Istilah ini merujuk pada sejumlah perangkat komunikasi, namun lebih spesifik pada komunikasi yang dihubungkan melalui sebuah komputer sehingga dapat bertukar informasi melalui internet. Sebab komunikasi dalam konteks yang dimediasi oleh komputer memiliki perbedaan yang sangat mendasar dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lainnya.¹³

Sebagaimana telah kita alami bersama pola komunikasi telah bergerak secara cepat menuju apa yang disebut dengan *computer-mediated communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, *computer mediated communication* (CMC) dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. Wood dan Smith (2005: 4) menegaskan bahwa dalam wilayah

CMC mengkaji bagaimana perilaku manusia terwujud dan diubah, khususnya dalam konteks saling bertukar informasi melalui mesin.¹⁴

Ada dua jenis CMC, yakni *asynchronous communucation* dan *synchronous communication*. *Asynchronous communucation* merupakan bentuk komunikasi yang bersifat tidak sinkronis. Pada praktiknya, jenis ini melibatkan pertukaran pesan berbasis teks yang meskipun dapat terjadi dengan sangat cepat, namun tidak pernah benar-benar dinilai sebagai sebuah percakapan. Salah satu contoh dari jenis ini adalah SMS, email, atau newsgroup yang dioperasikan dalam sebuah jejaring tertentu.

Sementara itu, jenis CMC yang bersifat *synchronous* adalah komunikasi yang termediasi oleh komputer, namun terjadi secara sinkronis. Artinya, kita dapat terlibat dalam sebuah percakapan, baik dalam bentuk teks maupun suara atau perpaduan antara keduanya. Sebelum muncul teknologi instant messaging, beberapa contoh dari CMC jenis *synchronous* antara lain; *Internet Relay Chat* (IRC), ICQ, dan *Multi-User Domains* (MUDs). IRC yang populer pada 1980-1990-an, misalnya, memungkinkan pertukaran pesan terjadi secara *one-to-one*

atau *many-to-many* dalam ruang virtual yang disebut dengan *chat rooms* atau *channels* yang dapat diciptakan oleh lebih dari dua orang yang bercakap-cakap melalui pesan teks yang hari ini telah berkembang pesat dengan kemunculan teknologi *social networking*.¹⁵

Sejauh ini CMC diidentifikasi sebagai kajian mengenai bagaimana perilaku manusia dipelihara dan diubah lewat pertukaran informasi melalui mesin. Banyak kalangan memosisikan penelitian CMC dalam ranah kajian komunikasi. Namun demikian, proses komunikasi online melalui internet tetap saja merupakan sesuatu hal yang berbeda. Oleh karena itu, penting kiranya untuk menguji komponen kunci dari komunikasi secara online, yakni membedakannya antara *immediacy* (kesegeraan) dan *mediation* (mediasi). Sebagaimana diketahui bahwa interaksi yang dimediasi oleh komputer semakin membaurkan perbedaan-perbedaan di antara term ini.

Namun demikian, membatasi pandangan bahwa internet hanya merupakan media massa, dan hanya menyandarkan pada teori-teori media massa yang telah ada sebelumnya, tetap menyisakan masalah ketika memahami aspek-aspek interpersonal yang dihadirkan secara online melalui

internet. Oleh sebab itu, seiring perkembangan, kajian komunikasi telah menempatkan internet sebagai media baru, lebih dari sekadar media massa.¹⁶

Lalu apa itu media baru? Apa yang membuat kita menyebutnya sebagai “media baru”? untuk sementara kita mengidentifikasinya dengan membuat perbedaan antara media komunikasi digital yang bersifat baru dan media komunikasi analog yang bersifat lama. Sebagaimana disitir oleh Castells dengan mengutip pandangan Bolter dan Grusin bahwa perbedaan ini memang menjadi topik hangat dalam disiplin media studies, setidaknya karena kata “*newness*” (kebaruan) dari teknologi berbasis komputer menjadi perdebatan bahwa ada poin penting mengenai kontinuitas di antara media analog dan digital.¹⁷

Wikipedia yang juga merupakan produk dari media baru mendefinisikan media baru sebagai produk teknologi komunikasi yang dimediasi (*mediated communication*) melalui dan dengan komputer digital. Sebelum 1980-an, media lebih banyak berbentuk cetak dan model analog, seperti surat kabar, televisi, sinema, dan radio. Namun, hari ini kita memiliki radio, televisi, dan sinema digital, bahkan teknik percetakan mengalami transformasi pada

teknologi digital, seperti software untuk memanipulasi gambar, seperti *adobe photoshop* dan perangkat desktop publishing lainnya.

Memang tidak dapat dipungkiri bahwa kelahiran internet sebagai media komunikasi baru bukanlah sesuatu yang historis. Ia tetap berhubungan dengan media-media komunikasi sebelumnya. Dengan kata lain, internet adalah tahapan dari perjalanan media komunikasi yang terus menerus mengalami perkembangan dan perubahan. Oleh karena itu, tidak adil jika hanya menilai pengertian media baru dari aspek *newness* (kebaruan). Sebab boleh jadi televisi merupakan media komunikasi dan informasi yang baru pada saat ditemukannya dan dengan begitu, televisi juga pernah memiliki aspek *newness*. Begitu pula dengan media-media yang lainnya.

Dalam konteks ini, konteks digital menjadi penting untuk memahami apa sesungguhnya yang disebut dengan media digital. Sebagai salah satu solusinya, Castells menawarkan pandangan yang lebih “mencerahkan” dari Tony Feldman yang memfokuskan pada sejumlah sifat kunci dari media digital. Dalam hal tertentu, ia berpandangan bahwa media baru dapat membuat informasi semakin mudah

dimanipulasi, dapat disingkat, padat, bersifat jejaring, dan bersifat tidak parsial.¹⁸

Meskipun demikian, pengertian dari media baru ialah informasi dalam bentuk digital yang dapat dibagikan dan dipertukarkan dalam skala besar oleh pengguna secara simultan. Hal tersebut melahirkan implikasi yang cukup jauh dan tidak hanya pada kebudayaan kapitalis. Sekedar ilustrasi, buku dalam bentuk kertas (media lama) yang kita baca hari ini adalah bentuk teknologi yang lambat dan direproduksi melalui percetakan halaman demi halaman, dan kemudian didistribusikan melalui benda fisik kepada para penggunanya. Sebaliknya, teks elektronik adalah teknologi yang dengan cepat mampu mereproduksi dipertukarkan dan disebarluaskan secara instan, serta dengan biaya yang lebih murah, khususnya bagi kalangan produsen.

Teknologi digital berbasis komputer yang didemonstrasikan hari ini telah mengubah semua bentuk media sebelumnya, termasuk mesin tik, faks, alat perekam, pemutar musik, radio, kamera, televisi, dan video. Batasan-batasan di antara bentuk-bentuk media yang sebelumnya terpisah, digabung dalam satu media, dan dalam banyak kasus dengan satu aplikasi berbasis komputer, aplikasi seperti *RealPlayer*, *WinAmp* di komputer atau di

smartphone anda, misalnya, merupakan gabungan dari radio, televisi, video, dan pemutar musik sekaligus. Satu hal yang memungkinkan semua ini adalah bentuk kode biner yang dijalankan melalui aplikasi berbasis komputer.

Dengan kata lain, karena sejumlah aplikasi tersebut lahir dari proses pengodean maka tidak ada lagi perbedaan esensial antara musik, teks, gambar, atau suara, dan dengan alasan ini Feldman menyebut media digital sebagai media yang *impartial*, tidak terpisah alias terintegrasi. Lebih jauh lagi, pada akhirnya akan terjadi proses miniaturisasi pada alat-alat yang akan memperkecil ukuran secara fisik, namun dengan kekuatan dan kemampuan yang lebih besar dalam memproses informasi. Salah satu contoh dari miniaturisasi ini adalah teknologi flashdisk, harddisk, dan sebagainya yang memiliki kapasitas semakin besar, namun dengan ukuran semakin kecil.¹⁹

Oleh karena itu, kunci untuk bisa memahami konsep media digital adalah dari cara kerjanya yang didasarkan pada sandi-sandi atau kode-kode biner (*binary codes*) yang menerjemahkan perintah dari pengguna. Sebagai contoh, ketika kita membaca majalah atau buku dalam bentuk analog, buku atau majalah tersebut terdiri

atas lembaran-lembaran kertas yang mengharuskan kita berinteraksi secara fisik. Kita harus membuka satu per satu lembaran halaman, bahkan membutuhkan ruang misalnya sebuah lemari ketika hendak menyimpannya. Dalam konteks ini, buku atau majalah dalam bentuk kertas dikenal sebagai media analog.

Sementara dalam bentuk digital, buku atau majalah yang kita baca biasanya berbentuk file yang diakses melalui salah satu software berbasis komputer. Itulah sebabnya disebut e-book (buku digital) atau e-zine (majalah elektronik). Dengan demikian, media baru tidak hanya dilihat dari aspek newness atau kebaruannya, tetapi juga lebih pada aspek transformasi sebuah alat dapat menjalankan beragam fungsi dalam menyajikan sebuah informasi.²⁰

Karakteristik Media Baru

Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya bahwa media baru bukan hanya soal newness atau kebaruan dari media yang diaplikasikan pada proses komunikasi dan distribusi informasi yang dilakukan pada beberapa dekade terakhir. Secara fisik memang banyak telah banyak terjadi perubahan, bahkan revolusi dalam hal teknologi informasi dan komunikasi yang ditandai dengan bermunculannya aneka peralatan canggih. Namun, yang lebih

penting dari semua itu adalah watak media itu sendiri yang semakin interaktif dan bersifat konvergen.

Meskipun demikian, signifikansi untuk memahami ciri-ciri media baru tetap menjadi sebuah keniscayaan untuk mengidentifikasi apa saja yang kemudian dapat dikategorikan sebagai media baru. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh Nicholas Gane dan David Beer dengan menyuguhkan beberapa konsep kunci untuk memahami karakter media baru tampaknya layak diapresiasi. Bagian ini merupakan ringkasan dari beberapa konsep kunci tersebut.²¹

1. Network

Karakter pertama dari media baru adalah sifatnya yang mempersyaratkan adanya *network* (jejaring). Konsep *network* adalah sesuatu yang bersifat niscaya ketika kita berbicara tentang internet dan media baru. *Notebook* atau *smartphone* anda tidak akan dapat mengakses internet jika tidak terkoneksi dengan *network* tertentu. Kita biasa melakukan koneksi internet melalui *local area network* (LAN) di kantor, melalui layanan data di *smartphone*, atau dapat juga melalui Wi-Fi yang tersebar di sejumlah tempat, khususnya di wilayah perkotaan.

Dalam konteks inilah konsep *network* yang pada awalnya merupakan term yang berkaitan dengan dunia komputer, lambat-laun sejak 1990-an mulai memasuki dan menempati posisi strategis dalam teori sosial serta kajian-kajian media. Dengan demikian, perbincangan mengenai *network* tidak hanya berkenaan dengan komputer semata, tetapi juga telah menjadi salah satu bagian penting dalam teori-teori sosial dan teori media.

Melalui konsep *network* atau jejaring, media baru tidak hanya berusaha menghubungkan satu individu dengan individu yang lainnya, akan tetapi juga mampu menciptakan sebuah pola hubungan baru yang mungkin belum dapat dilakukan oleh media sebelumnya. Internet, sebagai media yang terbentuk dengan adanya *network*, tidak hanya mampu mentransmisikan sebuah pesan komunikasi, ia juga membuat jejaring yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sosial.

2. Information

Konsep yang kedua untuk memahami karakter media baru adalah informasi. Sebagaimana dikemukakan pada bagian awal bab ini bahwa informasi menjadi isu sentral dalam kajian media baru, bahkan dalam konteks perkembangan masyarakat. Dengan kata lain, media baru melihat informasi tidak hanya sebagai sebuah pesan

sebagaimana adanya, tetapi melihat informasi itu sebagai sesuatu yang *information*, sesuatu yang selalu dibentuk dengan sejumlah tujuan tertentu.²²

Pandangan ini kemudian mengantarkan kita pada sejumlah alternatif yang ditawarkan dalam proses komunikasi melalui media baru. Sejumlah layanan, fitur, dan *platform* merupakan solusi yang diberikan media baru untuk menjawab persoalan probabilitas dan pengodean sebuah informasi. Misalnya, dengan menggunakan ponsel, kita dapat menyampaikan informasi sejenis dengan menggunakan sejumlah fitur, seperti melakukan sambungan telepon, SMS, MMS dan serangkaian fitur-fitur lain yang telah disediakan.

3. Interface

Konsep ketiga mengenai media baru adalah, *interface*. Dalam bahasa Indonesia, konsep ini sering dipadankan dengan istilah antar-muka. *Interface* memudahkan interaksi yang terjadi antara manusia dengan benda-benda teknologi. Tidak mengherankan jika kemudian konsep *interface* semakin mengemuka ketika kita berupaya memahami hubungan antara manusia dengan mesin, yang kemudian disebut dengan virtual dan fisik. *Interface* menjadi konsep penting yang membuat kita dapat menaruh perhatian pada batasan dua sistem, alat atau program, dan

mengarah pada jenis-jenis kontak yang memungkinkan apakah batasan-batasan ini dapat di negoisasikan dan atau dilalui.²³

Adapun konsep dan prinsip dasar interface adalah memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk dikenali oleh manusia sebagai pihak pengguna. Tidaklah mengherankan jika *Facebook* mampu menggaet jutaan pengguna hanya dalam waktu yang singkat. Tampilannya sederhana, tetapi cukup lengkap dan terintegrasi dengan sejumlah aplikasi membuat orang menjadi tertarik untuk menggunakannya sebagai situs jejaring sosial. Tidak hanya itu, Facebook juga menyediakan layanan dari sejumlah bahasa di dunia.

Konsep *interface* tidak hanya dalam konteks teknologi, tetapi juga tentang kebudayaan. Bahkan, Manovich (2001:70) memperbincangkan “*cultural interfaces*” atau *human-computer-culture interfaces*” dengan struktur “cara komputer menghadirkan dan memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan mesin secara langsung, namun juga berhadapan secara luas dengan kebudayaan, meskipun kebudayaan ini telah mengalami encoding dalam bentuk digital.

Secara praktis, menurut Manovich, konsep *interface* digunakan oleh para

desainer untuk mendesain *website*, *cover* CD dan DVD, ensiklopedia multimedia, museum dan majalah *online*, *computer games*, serta objek-objek kebudayaan lain dari media baru. Dengan kata lain, masing-masing interface hadir sebagai sesuatu yang baru untuk kemudian memediasi manusia dalam melakukan akses terhadap kebudayaan tersebut melalui teknologi digital, yakni komputer.²⁴

4. Archive

Inti dari konsep *archive* bahwa dalam media baru adalah ketika sebuah media memungkinkan informasi disajikan dalam arsip digital.²⁵ Tentu saja kita memiliki keleluasan untuk mengakses surat kabar tertentu pada edisi tertentu secara digital yang sekaligus membedakan dengan surat kabar cetak yang berisiko dimakan rayap dan sebagainya. Tidak hanya itu, alasan lain yang kemudian menyebabkan arsip menjadi salah satu kata kunci dalam memahami media baru adalah bahwa arsip hari ini meningkat dalam struktur jejaring yang memungkinkan untuk melakukan penyimpanan, pengambilan, dan melakukan akselerasi komunikasi sejumlah data yang tidak terduga.

Ada banyak contoh yang menggambarkan proses ini. Beberapa diantaranya adalah *website* semacam *Flickr*, *Instagram*, atau

Youtube yang berisi arsip foto atau klip video seseorang dengan bermacam-macam tujuan, yang terkadang hanya bertujuan untuk menarik perhatian. Kita tinggal mengunggah atau posting melalui internet yang ditambah dengan kata-kata kunci (*tags*) sehingga memungkinkan seseorang melakukan searching di internet. Dengan demikian, arsip dalam media baru adalah alat multimedia yang mengatur data audio dan visual atau gabungan dari keduanya, seperti halnya sebuah teks, dan didukung dengan *software* yang mendorong partisipasi pengguna.

5. Interactivity

Melalui fitur interaktif, media baru menyuguhkan cara baru dalam berkomunikasi, dimana ia dianggap lebih membebaskan, memberdayakan, dan memperluas gerak manusia dalam aktivitas komunikasi. Itulah sebabnya beberapa kalangan meyakini bahwa karakter interaktivitas media baru ini akan mengantarkan manusia pada apa yang disebut dengan demokratisasi komunikasi.²⁶

Gagasan demokratisasi komunikasi didasarkan fenomena bahwa manusia sebagai pengguna media baru dapat menentukan sendiri apa yang diinginkannya. Ia dapat menentukan sendiri apa yang

diinginkannya. Ia dapat menentukan sendiri informasi yang ingin diperolehnya. Tidak hanya itu, semua orang pada akhirnya berpeluang memainkan peran sebagai subjek, mengingat setiap pengguna internet merupakan bagian dari masyarakat jejaring.

Interaktivitas juga dapat dipandang sebagai sebuah fenomena, di mana media baru menyuguhkan begitu banyak alternatif informasi yang dapat diakses. Oleh karena itu, dalam banyak hal, media baru sesungguhnya tidak lebih dari media dalam bentuk analog pada umumnya, namun interaktivitas yang ada bekerja dengan cara yang berbeda.

6. Simulation

Konsep simulasi dalam konteks kemampuan media baru dalam menciptakan realitas rekaan. Pada titik ini, konsep simulasi sesungguhnya bukan hal yang baru. Jauh sebelum kelahiran internet, sejumlah permainan berbasis komputer sederhana pun sesungguhnya telah bersandar pada prinsip simulasi. *Games* klasik semacam *Pac-Man* pun sesungguhnya berisi tentang cerita figur yang memiliki misi untuk menghabiskan seluruh “makanan” dalam sebuah labirin seraya dikejar oleh figur lain yang berperan sebagai musuh. *Pac-man* tentu saja merupakan figur rekaan. Begitu pula dengan “hantu-hantu yang mengejanya. Demikian

pula dengan makanan dan labirin yang melingkupinya sebagai sebuah lingkungan virtual. Lingkungan dan figur-figur virtual ini seluruhnya merupakan simulasi.

Oleh karena itu, simulasi menjadi salah satu konsep kunci dalam memahami media baru. Gambar dua dimensi hasil fotografi yang dianggap sebagai media analog memang menjadi simulasi objek yang diperlihatkan oleh gambar tersebut. Namun, dalam media baru, simulasi yang dimaksud adalah lebih dari sekadar informasi visual dua dimensi, melainkan penggunaannya seolah-olah menjadi bagian dari objek tersebut. Kita seolah-olah berjalan-jalan mengelilingi koridor di piramida mesir, lorong katedral Vatikan, mihrab Masjid Nabawi, dan sebagainya. Dalam konteks ini, simulasi memang mendukung interaktivitas pengguna melalui interaksi langsung dengan computer.²⁷

Sejarah Media Baru

Sejarah media penyiaran dunia dapat di bagi menjadi dua yaitu sejarah penyiaran sebagai penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai industry, sejarah media penyiaran sebagai temuan teknologi berawal dari penemuan radio oleh para ahli teknik di eropa, sejarah media penyiaran adalah d mulai oleh amerika.²⁸

Adapun New Media sendiri adalah istilah yang luas yang muncul di bagian akhir abad 20 untuk mencakup peleburan media tradisional seperti film, gambar, musik, lisan dan tertulis kata, dengan kekuatan interaktif dari komputer dan teknologi komunikasi, komputer memungkinkan konsumen perangkat dan yang paling penting Internet. Namun sebelum itu Pada tahun 1960, ada hubungan antara komputasi dan seni radikal mulai tumbuh lebih kuat. Tidak sampai 1980-an yang Alan Kay dan rekan-pekerja di Xerox PARC mulai memberikan kekuatan komputer pribadi untuk individu, daripada memiliki organisasi besar bertanggung jawab atas ini."Pada akhir 1980-an dan awal 1990-an, bagaimanapun, tampaknya kita menyaksikan berbagai jenis hubungan paralel antara perubahan sosial dan desain komputer. Meskipun tidak berhubungan kausal konseptual masuk akal bahwa Perang Dingin dan desain Web berlangsung tepat waktu yang sama.

Sampai tahun 1980-an media terutama bergantung pada media cetak dan analog siaran model, seperti orang-orang dari televisi dan radio. Lima dua puluh tahun terakhir telah melihat cepat transformasi menjadi media yang ditautkan pada penggunaan komputer digital, seperti Internet dan game komputer.

Namun, contoh-contoh ini hanya representasi kecil dari media baru. Penggunaan komputer digital telah mengubah sisa 'tua' media, seperti yang disarankan oleh munculnya televisi digital dan publikasi online. Bahkan bentuk media tradisional seperti mesin cetak telah diubah melalui penerapan teknologi seperti manipulasi gambar perangkat lunak seperti Adobe Photoshop dan alat-alat desktop publishing.

W.Andrew L. Shapiro (1999) berpendapat bahwa "munculnya baru, teknologi digital sinyal radikal pergeseran Potensi yang mengendalikan informasi, pengalaman dan sumber daya (Shapiro dikutip dalam Croteau dan Hoynes 2003: 322). Russell Neuman (1991) menunjukkan bahwa sementara "New Media" memiliki kemampuan teknis untuk menarik satu arah, dan sosial ekonomi kekuatan tarik kembali ke arah yang berlawanan.

Menurut Neuman, "Kami menyaksikan evolusi jaringan interkoneksi universal audio, video, dan komunikasi teks elektronik yang akan mengaburkan perbedaan antara komunikasi interpersonal dan massa dan antara komunikasi publik dan swasta" (Neuman dikutip dalam Croteau dan Hoynes 2003: 322). Neuman berpendapat bahwa New Media akan Mengubah arti jarak

geografis, Memungkinkan untuk peningkatan yang sangat besar dalam volume komunikasi, Memberikan kemungkinan meningkatkan kecepatan komunikasi, Memberikan kesempatan untuk komunikasi interaktif, Memungkinkan bentuk komunikasi yang sebelumnya terpisah untuk tumpang tindih dan interkoneksi.

Akibatnya anggapan dari cendekiawan seperti Douglas Kellner , Callum Rymer dan James Bohman bahwa new media, dan terutama internet, memberikan potensi yang demokratis postmodern ruang publik, di mana warga negara dapat berpartisipasi dalam informasi dengan baik. Berbeda seperti Ed Herman dan Robert McChesney yang telah menyarankan bahwa transisi ke media yang baru telah melihat beberapa kuat transnasional telekomunikasi perusahaan yang mencapai tingkat pengaruh global yang sampai sekarang terbayangkan.

Friedman (2005) telah menyoroti baik dan negatif potensial dan aktual implikasi positif dari teknologi media baru, menunjukkan bahwa beberapa karya awal ke dalam studi media baru bersalah karena teknologi determinisme - dimana dampak media ditentukan oleh teknologi sendiri, daripada melalui menelusuri jaringan sosial kompleks yang diatur pengembangan,

pendanaan, pelaksanaan dan pengembangan teknologi masa depan apapun. Adapun di era globalisasi sekarang ini new media telah berkembang pesat dan sudah menjadi bahan konsumsi banyak masyarakat dari kalangan anak-anak sampai yang dewasa di karenakan mudahnya cara mengakses atau mengoperasikanya.

Media Sebagai Agama

Media dalam perkembangannya merupakan entitas yang menghasilkan berbagai produk budaya. Sebagai contoh budaya yang dihasilkan oleh media adalah cara-cara berkomunikasi antar khalayak. Cara berkomunikasi ketika internet belum muncul pasti berbeda dengan cara berkomunikasi ketika internet sudah muncul. Bahkan, ketika era media siber muncul, budaya yang dihasilkan mengalami perubahan. Artinya, budaya yang ada di masyarakat akan selalu dinamis seiring dengan perkembangan media. Ada hubungan timbal balik antara perkembangan media dengan budaya.

Fungsi media sebagai agama muncul ketika ditemukannya mesin cetak pertama kali. Saat ini kitab suci semisal injil kemudian di bukukan melalui kertas. Sebelumnya media penulisan injil hanya melalui tulang, batu, kulit hewan, papirus dan lain-lain. Media tersebut sejatinya dapat dikategorikan bahwa media sebagai agama. Sejarah telah

membuktikan bahwa agama diajarkan melalui berbagai media. Sejak era sebelum Masehi, media yang digunakan memang masih dalam kategori sangat sederhana. Artinya, sepanjang sejarah media memiliki hubungan timbal balik dengan agama.

Kondisi tersebut hampir sama dengan yang terjadi dengan agama Islam. Pada awalnya, Al-Qur'an diturunkan melalui perantara malaikat Jibril pada Muhammad SAW. Al-Qur'an dibacakan pada Muhammad kemudian harus dihafal. Setelah beberapa lama, kemudian Al-Qur'an ditulis oleh beberapa sahabat. Penulisan Al-Qur'an juga masih menggunakan media yang sangat sederhana semisal tulang hewan, batu, kulit hewan, pelepah kurma dll. Meskipun, Al-Qur'an tetap dihafal oleh para hufadz (penghafal Al-Qur'an) untuk tetap menjaga keasliannya.

Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana relasi antara media dan agama? Apakah media dalam masyarakat dapat berubah menjadi agama? Pertanyaan ini muncul karena sebagian masyarakat menggunakan media sebagai rujukan praktik keagamaan. Agama merupakan praktik penyembahan pada Tuhan Yang Esa, artinya agama bukan produk budaya. Makna agama ini yang harus dipahami oleh pengguna media. Jika sudah memahami makna agama maka akan

lebih mudah memberikan penjelasan manfaat media untuk praktik keagamaan.

Media merupakan entitas yang dipergunakan untuk menyebarkan informasi. Sehingga informasi tentang praktik keagamaan merupakan ragam informasi bisa menjadi bagian informasi media. Namun, media bukan entitas yang berada dalam ruang bebas. Ketika informasi dibuat oleh media, di sana ada faktor sosial yang mendukung. Informasi atau wacana yang diproduksi oleh media tidak selalu sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Informasi diproduksi kemudian disalurkan melalui perantara (wasilah). Sehingga, sering terjadi distorsi fakta ketika informasi dikonsumsi oleh khalayak.

Media baru (internet) yang hadir dengan media sosial sebagai turunannya menghasilkan ragam informasi yang lebih kompleks. Muncul berbagai situs online yang menggunakan nama agama. Bahkan, Media sosial juga banyak menghadirkan praktik serupa. Banyak konten-konten keagamaan yang muncul lewat media sosial. Kondisi ini dimanfaatkan oleh khalayak dalam mencari informasi keagamaan. Ketika internet belum muncul, khalayak mencari rujukan lewat pemuka agama (da'i) dan rujukan kitab suci. Hal ini sangat berbeda dengan praktik ketika internet sudah berkembang.

Ada perubahan secara radikal dalam praktik keagamaan pada beberapa masyarakat. Khalayak lebih suka mencari informasi keagamaan melalui media sosial yang ada. Ada semacam hubungan (relasi) timbal balik antar media dan masyarakat agama. Artinya, media dalam beberapa kasus yang terjadi memang telah dijadikan agama oleh khalayak. Media menghasilkan teologi baru bagi sebagian khalayak (masyarakat). Kondisi tersebut akan terus berubah mengikuti perubahan media itu sendiri. Media menghasilkan produk budaya yang justru dipahami sebagai agama oleh khalayak.

Penutup

Media baru akan terus berkembang secara dinamis mengikuti perkembangan teknologi informasi. Budaya yang dihasilkan oleh media tersebut juga akan berubah secara dinamis. Kondisi ini memunculkan produk budaya yang justru dipahami sebagai agama oleh sebagian masyarakat. Padahal, agama bukan merupakan dari produk budaya.

Agama adalah praktik penyembahan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang memiliki aturan yang sudah tetap. Media tidak selalu dapat dijadikan sebagai pemberi otoritas keagamaan. Karena, banyak distorsi fakta yang diciptakan oleh media.

Media dan agama memang memiliki relasi yang cukup signifikan. Namun, media tetap tidak dapat dijadikan sebagai agama apapun. Media hanya dapat dijadikan sebagai wasilah dalam penyebaran agama (da'wah).

Media merupakan medium yang dapat digunakan untuk memberikan mengajak pada toleransi keagamaan. Namun, praktik keagamaan harus dikembalikan pada kitab suci yang dimiliki oleh agama tersebut. Sehingga, agama bukan merupakan produk budaya media. Agama dan media memiliki hubungan timbal balik dalam setiap sejarah umat manusia.

Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya bahwa media baru bukan hanya soal newness atau kebaruan dari media yang diaplikasikan pada proses komunikasi dan distribusi informasi yang dilakukan pada beberapa dekade terakhir. Secara fisik memang banyak telah banyak terjadi

perubahan, bahkan revolusi dalam hal teknologi informasi dan komunikasi yang ditandai dengan bermunculannya aneka peralatan canggih. Namun, yang lebih penting dari semua itu adalah watak media itu sendiri yang semakin interaktif dan bersifat konvergen.

Meskipun demikian, signifikansi untuk memahami ciri-ciri media baru tetap menjadi sebuah keniscayaan untuk mengidentifikasi apa saja yang kemudian dapat dikategorikan sebagai media baru. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh Nicholas Gane dan David Beer dengan menyuguhkan beberapa konsep kunci untuk memahami karakter media baru tampaknya layak diapresiasi. Bagian ini merupakan ringkasan dari beberapa konsep kunci tersebut. Ada 6 karakteristik dari media baru yaitu *Network, Information, Interface, Archive, Interactivity, dan Simulation*.

Endnote

¹. Yosai Iriantara, *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. (Simbiosis Rekatama Media, 2005), hlm.118

²Rulli Nasrullah, *CyberMedia*, (Idea Press Yogyakarta, November 2013), hlm. 16

³Yosai Iriantara, *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. (Simbiosis Rekatama Media, 2005), hlm.118

⁴Muchyidin Agung Harahap, *Kapitalisme Media: Ekonomi Politik Berita dan Diskursus*

Televisi (Yogyakarta: Pustaka Aura, 2013), cet ke-1, hlm.11

⁵Kusmayanto Kadiman, *Tanpa Gaptek dan Gupsos Menuju Generasi Indonesia Bisa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 179

⁶Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: CV Rajawali, 1987), cet ke-8, hal. 157

⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 15

⁸Arif Ma'ruf, *Aqidah Islam* (Jakarta: STID DI Al-Hikmah Jakarta, 2016), hlm. 14-15

⁹Hamid Fahmy Zarkasyi, *Misykat: Refleksi Tentang Westernisasi, Liberalisasi dan Islam* (Jakarta: Insist, 2012), cet ke-1, hal. 20-21

¹⁰Karen Armstrong, *Sejarah Tuhan: Kisah 4.000 Tahun Pencarian dalam Agama-Agama Manusia*, Terj. Zaimul Am (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2012), cet ke-4, hal. 27

¹¹Stewart M. Hoover, et. al, *Practicing Religion in The Age of The Media: Explorations in Media, Religion and Culture* (New York: Columbia University Press, 2001), page. 2

¹²Rully Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio teknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), cet ke-1, 3

¹³Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 51

¹⁴Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 52

¹⁵Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 52

¹⁶Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 54

¹⁷Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 55

¹⁸Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 56

¹⁹Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 57

²⁰Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 58

²¹Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 61

²²Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 63

²³Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 66

²⁴Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 68

²⁵Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 70

²⁶Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 71

²⁷Moch Fakhruroji (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis. Hlm. 75

²⁸Morissan, *manajemen media penyiaran*, kencana prenatal media group, Jakarta 2009, hlm. 1